图书情报工作
第 64 卷 第 15 期　2020 年 8 月

重大突发公共卫生事件下公众信息获取行为与错失焦虑研究
——以新型冠状病毒肺炎疫情为例

■ 耿瑞利[1,2]　徐建国[1]　金燕[1,2]　王娜[1,2]　付立宏[1,2]
[1] 郑州大学信息管理学院　郑州 450001　[2]郑州大学数据科学研究所　郑州 450001

摘　要：[目的/意义]新型冠状病毒肺炎(COVID-19)暴发流行后，大量信息和舆论铺天盖地而来。准确把握疫情暴发期公众的信息获取行为及特征，分析探索错失焦虑的形成与影响因素，对于重大突发公共卫生事件的应急管理与科学决策具有重要价值。[方法/过程]基于使用与满足理论、认知心理学等梳理分析错失焦虑、信息获取行为、无聊倾向及情绪之间的关系，构建研究模型。通过问卷调查法采集 957 份样本数据，利用偏最小二乘法检验模型，结合访谈对结果进行讨论分析。[结果/结论]重大突发公共卫生事件暴发期，移动新媒体是信息获取的主要渠道，接收推送分享与主动搜寻行为均衡，信息阅读观看的日均耗费时间较长，呈现高频次短时间隔获取特征。疫情关注度显著正向影响错失焦虑与信息获取行为；无聊倾向与错失焦虑之间呈现显著正相关关系。错失焦虑是信息获取的动机性因素，具有显著正向影响作用；错失焦虑较高的个体更容易感染负面情绪；信息获取行为与负面情绪之间有显著正相关关系。

关键词：重大突发公共卫生事件　信息获取行为　错失焦虑　新型冠状病毒肺炎
分类号：G251
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2020.15.014

突发事件是事件发生前前兆不足的小概率复杂事件且事件发生后具有高度破坏性和潜在的二次危害，很难采取传统方案进行应对处理[1]。2019 年 12 月起，新型冠状病毒肺炎(COVID-19)在我国武汉市暴发流行；1 月 24 日，湖北省启动突发公共事件一级应急响应。1 月 30 日，世界卫生组织宣布新型冠状病毒疫情(以下简称“疫情”)为国际关注的突发公共卫生事件。截至 2 月 2 日 24 时，我国大陆地区累计报告确诊病例 17 205 例，疑似病例 21 558 例[2]；2 月初，国内疫情正处在暴发期，感染人数处于增长高峰期；截至 2 月 21 日 24 时，我国大陆地区累计报告确诊病例 76 288 例[3]。3 月份，国内疫情已得到有效控制[4]。但是，境外疫情暴发增长态势仍在持续，截至 6 月 1 日，全球新型冠状病毒确诊病例累计超 600 万例[5]。

疫情暴发时期，大量信息和舆论铺天盖地而来，人们通过各种媒介渠道获取信息，也会因错失某些重要信息而引起焦虑。本研究将聚焦疫情暴发期的公众信息行为，通过网络调查，准确把握其获取行为及特征，分析探索错失焦虑的形成与影响因素，以期为重大突发公共卫生事件的应急管理与科学决策提供参考。

1　文献回顾

有关突发事件下用户信息行为的研究主要包括谣言识别[6]、信息传播与分享[7-8]。关于突发事件情形下用户信息获取行为的相关学术研究中，张岩等通过问卷调查发现，公众对突发事件信息获取的渠道存在偏好，使用率较高的分别为电视、家人或朋友、报纸杂志、网络、广播、政府部门以及社团组织等，年龄越大越偏好看电视，年龄越大且教育程度越高的公众越喜欢通过报纸杂志来获取信息[9]。P. R. Spence 等在“9·11 恐怖袭击事件”发生后第 2－5 天通过问卷调研发现，性别和年龄影响信息获取渠道，女性偏好从电视和广播获取信息，而男性更多地从互联网获取相关信息，年轻人更多地使用互联网和印刷媒介渠道[10]。孙绍

作者简介：耿瑞利(ORCID：0000－0003－0069－4877)，讲师，博士；徐建国(ORCID：0000－0002－2323－1309)，本科生；金燕(ORCID：0000－0001－8566－3097)，教授，博士，硕士生导师，通讯作者，E-mail：jin_yan@zzu.edu.cn；王娜(ORCID：0000－0001－9685－872x)，副教授，博士，硕士生导师；付立宏(ORCID：0000－0002－1033－0017)，教授，博士，博士生导师。

收稿日期：2020－03－04　修回日期：2020－04－19　本文起止页码：112－122　本文责任编辑：易飞

丹指出，突发事件下影响用户持续使用微博获取信息意愿的正向影响因素包括绩效期望、努力期望、社会影响、满意度等[11]。可以看出，突发事件的信息获取渠道因人口学统计特征而存在偏好，但关于信息获取量、获取频次、信息耗费时间等方面，还缺乏深入的分析探索。

错失焦虑(fear of missing out，FoMO)是指当个体在其缺席的事件中未能获得想知道的经历时所产生的一种广泛存在的焦虑心理，主要表现为渴望持续了解他人正在做什么[12]。学术界对错失焦虑的研究主要集中在影响因素与焦虑后果，影响因素包括人口学统计特征、心理因素、社会及其他因素等。相关研究发现，性别、年龄、地域、职业、受教育程度、经历等因素会影响 FoMO，如男性、青少年趋向于表现出较高程度的 FoMO[13]。人格特质也可用于解释 FoMO，如网络环境用户的神经质人格与 FoMO 之间呈现正相关关系[14]。FoMO 与心理因素存在某种关联，如 A. K. Przybylski 等认为 FoMO 可以被理解为心理需求满足感缺失而导致的自我监管不足所造成的现象，基本心理需求满足程度低的个体更容易产生 FoMO[12]。错失焦虑会在一定程度上对工作、学习和生活产生负面影响。例如，J. P. Abel 等研究发现，较高的 FoMO 会降低一个人的幸福感[15]；S. L. Buglass 等人针对社交网络用户开展研究，较高 FoMO 的用户其自尊程度较低[16]；FoMO 与社交网络成瘾之间存在关联[17-18]，还可能导致精神压力[19]、大学适应不良[20]、睡眠较差[21]、抑郁[22]等负面结果。

错失焦虑可发生在不同情境中，如泛在社交[12]、移动社交媒体[23]等，也有针对如上课[20]、开会[24]等具体情境下的研究。已有研究结果适用于解释传统情境下的 FoMO 及影响因素，然而，关于公共突发卫生事件情境下的错失焦虑及形成机制，还有待分析探索。因此，本文将针对新型冠状病毒疫情这一突发事件，明确公众的信息获取行为特征，从关注度、无聊倾向等多角度探索错失焦虑的形成因素及其对情绪的影响，为重大突发公共卫生事件的应急管理提供决策依据。

2 模型建构

2.1 关注度

群体关注度(collective attention)是社会网络中某些用户群体的共同兴趣偏好，或者特定时段内这些用户所关注的对象及其关注度变化的情况[25]。群体关注度是由个体关注度普遍性构成[26]，因此本研究的关注度是指个体关注度，即个人对疫情的关注程度。认知心理学认为，个体在处理周围环境的刺激(如信息)时需要付出精力，处理需要集中在特定的记忆和想法之上而不顾其他[27]，即表现为关注，关注是有选择性的。相关研究表明，用户对健康信息的关注度影响其信息搜索与获取行为[28]，信息量与关注度有关，例如网络论坛用户对新生事物的关注度可以用回帖数量来度量和预测[29]。

在突发公共卫生事件暴发期，公众的关注度急剧上升，信息的发布数量达到最高点并在短时间内维持在较高水平[30]，此时，公众极易表现出较高的关注度，加之新型冠状病毒的传播及治疗手段目前尚未完全明确，人们便会通过网络或其他媒介渠道不断获取查阅信息，也会呈现因错过重要信息而表现出焦虑感。

2.2 信息获取行为

使用与满足理论认为个体由社会和心理因素而引起需求，需求激发了个体对大众媒体或其他媒介的期望，不同的期望导致了不同的媒介接触和使用，媒体的使用从而引起个体的需求满足；在此过程中，受众是主动的、理性的媒介使用者[31]。该理论被相关学术研究广泛采用，从不同动机维度解释媒体选择行为，探讨传统媒体、互联网与社交网络等新媒体用户信息行为与需求满足的关系[32]。根据使用与满足理论，人们在选择使用不同媒介(包括互联网和社交媒体)时具有不同的动机[33]。A. Whiting 和 D. L. Williams 的研究发现，人们利用社交媒体的重要动机之一就是信息搜寻，包括了解周围发生的事情及其进展等[34]。

本研究中，公众对重大突发公共卫生事件高度关注，这种关注表现为需要进一步了解该事件的相关进展，即产生信息需求，关注度的高低可以衡量信息需求程度，用户通过使用各种媒体渠道获取信息来满足自己的需求、获取大量信息之后能对疫情发展有更加全面的了解，对病毒防护有清晰的认识，因此能有助于减缓因疫情带来的负向情绪，如担忧、无助等，同时加强平静、乐观等正向情绪。据此，提出以下假设：

H1 公众对疫情的关注度与信息获取行为正相关；

H2 信息获取行为与正向情绪之间呈现正相关关系；

H3 信息获取行为与负向情绪之间呈现负相关关系。

2.3 错失焦虑

认知心理学认为，错失焦虑会诱发一系列认知和行为上的印随反应[35]。错失焦虑水平较高的个体，往

往存在着注意偏好。有研究发现,错失焦虑水平较高的个体学习分心、注意分散等认知失败行为出现的几率更高[12]。错失焦虑水平较高的个体,经常担心错过或遗漏重要的信息和活动,因此,他们希望通过各种途径来缓解这种恐惧感。U. Oberst 等研究指出,错失焦虑与手机使用相关,功能多样的移动社交媒体,既可以便捷地帮助个体获得信息资讯,也可以满足个体互动、自我呈现的心理满足,因此错失焦虑者更容易对其形成依赖[36]。同时,C. A. Wolniewicz 等认为,错失焦虑与负向情绪有关[37]。错失焦虑者,其情绪和生活满意度也较低[38]。移动社交媒体环境下,人们会在潜意识或心理上产生一系列不同程度的焦虑情绪,包括不适、不安、焦躁或恐慌等症状[35]。

疫情时期的错失焦虑是个体因担心错过重要的疫情信息而产生的一种弥漫性焦虑症状,类似于信息强迫症。公众渴望了解外部正在发生的事情,害怕错过外界有意义或对自身重要的信息,产生心理折射,进而消耗大量精力用于信息的获取与阅读。因此,本文提出:对疫情关注度的高低能反映其错失焦虑程度的高低,错失焦虑与信息获取行为之间存在相关关系,包括信息获取量、信息耗费时间、获取频次等;错失焦虑也与情绪相关,尤其是负面情绪。据此,提出以下假设:

H4 公众对疫情的关注度与错失焦虑正相关;

H5 错失焦虑与信息获取行为正相关;

H6 错失焦虑与正向情绪之间呈现负相关关系;

H7 错失焦虑与负向情绪之间呈现正相关关系。

2.4 无聊倾向

无聊是一种消极的体验,通常出现在缺乏意义、兴趣和挑战的情况下,个体通过改变行为或情境来缓解无聊[39]。无聊倾向(boredom pronness,BP)包括注意力和冲动控制困难,导致无聊的体验[40]。A. A. Struk 等研究发现,无聊倾向与消极情感(抑郁、焦虑)呈正相关关系[41]。C. A. Wolniewicz 等针对美国大学生的一项实证研究发现,无聊倾向与错失焦虑之间呈现高度显著的正相关关系,错失焦虑又与智能手机的频繁使用正相关,无聊倾向起到了一种中介作用且可以作为问题性手机使用的预测因子[42]。在另外一项智能手机使用行为的实证研究中,也检验了无聊倾向与错失焦虑的相关关系[43]。E. Wegmann 等的研究指出,人们试图通过使用或过度使用智能手机来缓解无聊倾向,但是由于智能手机的过度使用,这种无聊状态不但没有得到缓解,还得到了强化[44]。A. Lepp 等也指出,休闲无聊(类似于无聊倾向)与问题智能手机的使用有关[45]。国内疫情暴发时期,大部分人处于居家并保持社交隔离状态,此种情形极易增加无聊感。结合上述分析,无聊倾向与错失焦虑相关,错失焦虑作为中介变量,进而影响信息获取行为,提出以下假设:

H8 无聊倾向与错失焦虑正相关。

基于以上分析,本文将通过实证探索重大突发公共卫生事件下的用户关注度、错失焦虑、无聊倾向、信息获取行为、情绪等之间的关系与作用机制,构建研究模型,如图 1 所示:

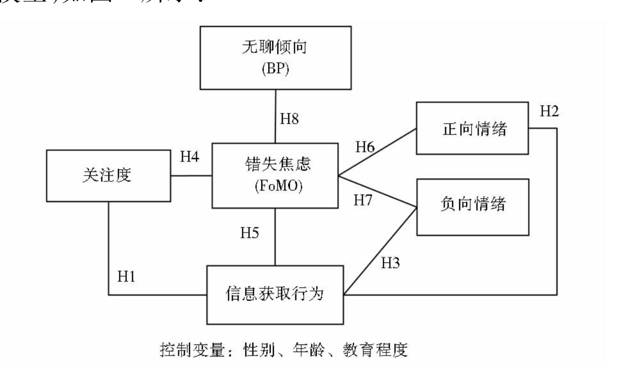


图 1 重大突发公共卫生事件下公众信息获取行为与错失焦虑研究模型

3 研究设计与数据采集

3.1 问卷设计

为对提出的研究模型进行检验,设计了"面对疫情信息,你还好吗?——公众对新型冠状病毒疫情信息关注及获取行为调查问卷"。调查采取用户自报告形式,问卷包括 3 个部分,第一部分为关注度、信息获取行为,第二部分包括错失焦虑、无聊倾向及情绪量表调查,第三部分为人口统计学测量项等。

关注度量表采取单个测量项,用户自我报告对疫情的关注程度。信息获取行为包括信息获取渠道、获取方式、信息内容分类、信息获取量、耗费时间(用于观看或阅读信息的时间)、获取频次、时间间隔等。正向情绪包括平静、乐观,负向情绪包括担忧、无助、恐惧、悲伤、愤怒、恐慌等,以李克特量表形式测量各单个情绪感知程度。

关于错失焦虑量表,2013 年 A. K. Przybylski 等首次开发了测量用户社会交往中 FoMO 程度的量表,包括 10 个条目[12],该量表在后续较多研究中得到了采用或借鉴,如叶凤云等开发的移动社交媒体下大学生错失焦虑实测量表[46]。还有学者提出更为简洁的量表,如 B. C. Riordan 等提出了适用于问卷调查时间受限时的仅 1 个条目的 FoMO 量表[47]。本文将结合 A.

K. Przybylski 等的错失焦虑量表以及叶凤云等人的量表，由于本调查针对特定重大突发公共卫生事件下的信息错失焦虑，舍弃情境特征测量因子，主要选取信息特征测量因子，最终确定 3 个测量问项。

无聊倾向量表改编自 A. A. Struk 等的研究[41]，该量表是对 R. Farmer 和 N. D. Sundberg 量表[48]的精减。情绪量表采取单问项测量，用户自报告感知程度。错失焦虑和无聊倾向变量测量因子如表 1 所示：

表 1　错失焦虑与无聊倾向测量因子

变量	因子	问项	参考来源
错失焦虑(FoMO)	FoMO1	担心错过别人发的疫情信息	A. K. Przybylski 等[12](2013)
	FoMO2	担心错过重要的疫情新闻	叶凤云等[46](2019)
	FoMO3	感觉错过获取重要信息的机会	
无聊倾向(BP)	BP1	我发现自己经常处于不知道该做什么的状态	A. A. Struk 等[41](2017)
	BP2	我发现自己很难自娱自乐	
	BP3	我觉得我所做的大多数事情都没有动力	
	BP4	在大多数情况下，我很难找到能让我保持感兴趣的事情	
	BP5	很多时候，我只是坐(或躺)在那里无所事事	

问卷设计完成后进行预测试，参加测试的人员包括图书情报学科的科研人员与硕士研究生 10 人、普通公众 10 人。通过预测试评估了问项对于测量变量的必要性和有用性，完善了问卷措辞。

3.2　数据采集与访谈

问卷调查采用网络方式进行，通过问卷星平台制作问卷，以微信滚雪球转发方式采集数据，采集时间为 2020 年 2 月 2 日 19 时至 4 日 10 时，共回收问卷 959 份。全部调查者中，2 人对疫情表示“完全不关注”，未参与完整调查；在错失焦虑筛选项中，287 人“不会因不查看疫情信息而感到焦虑”，其余 650 人存在不同程度的错失焦虑。样本的人口学统计特征见表 2。

从性别构成来看，女性样本多于男性样本，但男性样本数量仍达到了中型样本规模。年龄分布较为平均；教育程度大多为本科及以上；身份方面，以企事业单位人员为主，医务人员占比近 5%；地域分布方面，武汉市为 22 人，湖北省(除武汉市外)为 40 人，从占比来看，身处武汉或湖北的被调查者的错失焦虑占比与其他地区相比无明显差异。

结合数据采集结果，对 5 位被调查者进行了访谈，访谈采取线上(微信语音通话)方式进行，访谈时间为 2 月 20 日至 24 日，每位访谈时长为 30 分钟左右，深入了解其信息获取行为、错失焦虑程度等。

4　数据分析与结果

4.1　描述性特征分析

4.1.1　关注度

全部调查样本中，仅有 2 人表示对疫情“完全不关注”，“有所关注”者占比为 2.09%，“比较关注”者为

表 2　样本的人口学统计特征

统计项	类别	疫情关注(N＝957)		错失焦虑(N＝650)	
		人数(个)	占比(%)	人数(个)	占比(%)
性别	男	299	31.24	198	30.46
	女	658	68.76	452	69.54
年龄	18 岁以下	7	0.73	3	0.46
	18－25	195	20.38	118	18.15
	26－30	190	19.85	133	20.46
	31－40	236	24.66	172	26.46
	41－50	245	25.60	164	25.23
	51－60	65	6.79	48	7.38
	60 以上	19	1.99	12	1.85
教育程度	初中	19	1.99	15	2.31
	高中	63	6.58	49	7.54
	大学本科	440	45.98	300	46.15
	硕士研究生	319	33.33	213	32.77
	博士研究生	116	12.12	73	11.23
身份	学生	193	20.17	121	18.62
	农民	8	0.84	7	1.08
	医务人员	45	4.70	32	4.92
	企事业单位人员	472	49.32	323	49.69
	公务员	46	4.81	33	5.08
	军人	3	0.31	2	0.31
	离退休人员	28	2.93	21	3.23
	其他	162	16.93	111	17.08
地域	武汉市	22	2.30	17	2.62
	湖北省(除武汉市外)	40	4.18	26	4.00
	其他地区	895	93.52	607	93.38

19.81%，“高度关注”者占比为 77.89%，结果表明大部分公众对此次疫情表现出了高度的关注。虽然公众关注度较高，但从被调查者对自身关注程度的评价来看，“高度关注”者中仍有 44.62% 的用户表示自身关

注程度是适中的，说明虽然疫情受到了公众的普遍高度关注，但大部分人认为自身的关注程度是符合实际情况而非极为过度的。具体如表 3 所示：

表 3 公众对疫情的关注度

关注程度	（N =959）	您觉得您对疫情的关注程度是?（N =650）					
		共计	较低	适中	有点过度	极为过度	不确定（不好说）
完全不关注	2						
有所关注	20	8	1	6	1		
比较关注	190	109	2	87	17	2	1
高度关注	747	533	1	303	171	46	12

4.1.2 信息获取行为

从信息获取渠道、获取量、信息查阅频次等维度全面了解公众的信息获取行为，结果见表 4。公众获取疫情信息的渠道依次为微信（包括微信好友、微信群、朋友圈）、微信公众号、媒体网站或移动客户端、微博、电视等，说明新媒体已经成为主要渠道。究其原因，在于移动媒体的便捷性大大缩减了信息获取所花费的时间，提高了效率，并节约成本。

表 4 信息获取行为各指标统计结果

类别	统计项	人次	占比(%)	类别	统计项	人次	占比(%)
疫情信息主要来源渠道［多选］(N =957)	周围的人	299	31.24	在过去的三天里，您多长时间就会查看一次疫情信息(N =957)	7 小时以上	76	7.94
	微信公众号	573	59.87		5 –7 小时	58	6.06
	微信(包括微信好友、微信群、朋友圈)	716	74.82		3 –5 小时	238	24.87
	微博	480	50.16		1 –2 小时	257	26.85
	媒体网站或移动客户端	556	58.10		30 分钟 –1 小时	176	18.39
	电视	463	48.38		10 –30 分钟	116	12.12
	喇叭广播	102	10.66		0 –10 分钟	36	3.76
	政府网站	314	32.81	最近的三天里，您每天大约查看几次疫情信息(N =957)	一周查看一、两次	2	0.21
	其他	48	5.02		1 次	18	1.88
信息主要获取方式(N =957)	媒体自动推送	303	31.66		2 –5 次	235	24.56
	浏览媒体寻找信息	500	52.25		6 –10 次	274	28.63
	他人转发分享	141	14.73		11 –20 次	169	17.66
	其他	13	1.36		21 –30 次	98	10.24
主要获取的疫情信息种类［多选］(N =957)	疫情数据(确诊、疑似数据等)	913	95.40		30 次以上	161	16.82
	一线救治	637	66.56	1 月 20 日至今，您每天查看疫情信息的频率是否有变化(N =937 *)	保持不变	262	27.96
	病毒研究	591	61.76		持续增高	346	36.93
	防控防护	785	82.03		先增高后不变	116	12.38
	物资募捐	505	52.77		先增高后降低	182	19.42
	其他	40	4.18		持续降低	24	2.56
关于疫情信息，最近的三天里，您每天阅读观看的时间在(N =957)	1 小时以下	157	16.41		其他	7	0.75
	1 –2 小时	384	40.13	过去的三天里，平均大约多长时间不查看疫情信息，您就会感到焦虑(N =937 *)	0 –10 分钟	29	3.09
	2 –3 小时	202	21.11		10 –30 分钟	46	4.91
	3 –4 小时	116	12.12		30 分钟 –1 小时	84	8.96
	5 小时及以上	96	10.03		1 –2 小时	141	15.05
最近的三天里，您每天大约获得多少条有关疫情的信息(N =957)	0 –5 条	56	5.85		3 –5 小时	161	17.18
	6 –10 条	221	23.09		5 –7 小时	85	9.07
	11 –15 条	182	19.02		7 –10 小时	53	5.66
	16 –20 条	125	13.06		10 小时以上	51	5.44
	21 条及以上	373	38.98		不会感到焦虑	287	30.63

注：“ * ”表示不包括每日查看疫情信息次数为“一周查看一、两次”或“1 次”的被调查者

“浏览媒体寻找信息”为获取疫情信息的主要方式，其次为“媒体自动推送”。主动的信息搜寻虽为主要形式，但是媒体推送、他人转发分享等信息获取方式占比也近一半。说明对于突发公共卫生事件，接收推送分享与主动搜寻均为主要的信息获取形式。在获取的疫情信息种类方面，事实性数据信息是最受关注的，包括确诊、疑似数据等，其次为防控防护、一线救治等。

关于信息耗费时间，即每天用于阅读（或观看）疫情信息的时间，调查结果显示，16.41% 的被调查者的信息耗费时间在 1 小时以内，其余均超过 1 个小时，有 10.03% 的样本用户每日需要 5 个小时及以上用于阅读疫情信息。获取信息的条数能反映信息量的多少，

38.98%的样本用户每日获取信息条数超过20条,0-5条的占比仅为5.85%。疫情信息查看频次方面,26.85%的样本用户表示每1-2个小时就需要查看一次疫情信息,3.76%的用户每不到10分钟就查看一次疫情信息。信息查看频率一方面反映出信息获取行为的高频次性,另一方面也能说明公众对于疫情信息的关注程度较高。信息查看次数也是反映获取行为的指标,28.63%的样本用户表示每天查看6-10次疫情信息,16.82%的用户表示每日查看疫情信息次数超过了30次。可以看出,虽然阅读观看信息的日均耗费时间较长,但获取频次呈现高频次短时间隔的特征。随着疫情的发展,公众信息获取行为也有所变化,调查结果显示,36.93%的样本用户表示自1月20日以来对疫情信息查看频次持续增高,31.80%的用户则先增加后降低或保持不变。

问卷还调查了"多长时间不查看疫情信息"就会感到焦虑,30.63%的样本用户表示不会感到焦虑,69.37%的用户会因不查看疫情信息而产生错失焦虑,占比较高。全部被调查者中17.18%的用户表示如果3-5小时不查看疫情信息则会感到焦虑,15.05%的用户表示时间在1-2个小时,3.09%的用户表示感到焦虑的时间在10分钟以内。间隔时间越短,说明用户越容易焦虑。

4.2 模型检验

4.2.1 信度与效度分析

如果每个指标都是测量变量的真实反映,这样的指标为反映型指标;所有指标共同决定其整体变量,是形成型指标[49]。如果错将形成型指标当作反映型指标,会影响研究结果的效度。在本研究中,FoMO与BP为反映型指标,变量的变化引起指标的变化,任何一个条目都是变量的实质性体现,单个测量变量的多个测量条目间存在相关性,可以相互替换。反映型指标的信度检验主要是内部一致性系数(Cronbach's α),一般认为达到0.7及以上说明量表信度较好[50]。组合信度(Composite Reliability,CR)也可作为信度检验,此模型中,FoMO和BP变量的一致性系数和组合信度值均在临界值0.7以上(见表5),满足信度要求,说明测量变量具有较高的内部一致性和可靠性。效度包括内容效度和建构效度。由于问卷部分问项改编自已有文献,部分问项结合本研究对象特征而设计,因而具有内容效度。建构效度的评价指标有因子载荷、平均方差抽取值(Average Variance Extracted,AVE)。一般情况下,因子载荷高于0.7,AVE值大于0.5以上表示效度符合要求[51],反映型变量的效度分析结果符合阈值要求。

表5 变量信度和效度分析

因子	因子载荷	Cronbach's α	CR	AVE
FoMO1	0.857	0.931	0.948	0.785
FoMO 2	0.903			
FoMO 3	0.903			
BP1	0.878	0.865	0.918	0.788
BP2	0.884			
BP3	0.932			
BP4	0.896			
BP5	0.837			

形成型变量的指标之间并不必然包含共同成分,指标捕捉的是变量某个部分,不能互换,指标之间既可以高相关,也可以低相关,甚至其他任何的相关形式[52]。在本文研究中,关注度、信息获取行为、正向情绪、负向情绪等是形成型指标,以各因子的加和平均值作为变量值;信息获取行为变量包括信息获取量、耗费时间、查看频次等因子;正向情绪变量包括平静、乐观因子;负向情绪变量包括担忧、无助、恐惧、悲伤、愤怒、恐慌等因子。

对于形成型变量,由于指标之间的相关性可以是正、是负,甚至为零,因此,一致性系数和组合信度并不适合形成型指标。相关学者指出,形成型变量不需要信度估计[53]。形成型变量的指标以集合的方式共同决定变量的内涵,因此,如果移除某个指标,建构效度就会发生变化[54]。反映型变量的信度与效度检验见表5。

4.2.2 模型检验

控制变量包括性别、年龄、教育程度。男性编码数值为1,女性编码数值为2,年龄按照阶段划分转换为1至7,教育程度依次转换为1至5。对于信息获取行为变量的形成因子,按照信息量、阅读时间、获取频次从低到高,依次编码转换为数值1至5。

鉴于研究模型中既有反映型变量,又有形成型变量,采用偏最小二乘法(Partial Least Squares method,PLS)算法对模型检验,选用SmartPLS3.0软件进行操作。运用Bootstrap重复抽样方法对采集数据进行显著性检验,检验结果见表6。

从控制变量的检验结果来看,性别与关注度、无聊倾向、错失焦虑、信息获取行为之间没有统计学意义上的显著相关关系,而性别与正向情绪之间呈现显著负相关关系($\beta=-0.145$,$P<0.01$),与负向情绪之间呈现显著正相关关系($\beta=0.140$,$P<0.001$),结果表明,

表 6 变量间相关性及显著性分析

	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 性别	-	-	1								
2 年龄	-	-	-0.119 **	1							
3 教育程度	-	-	0.080	-0.173 ***	1						
4 关注度	3.808	0.425	-0.018	0.233 ***	0.056	1					
5 BP	2.614	1.156	0.005	-0.210 ***	-0.092 *	-0.061	1				
6 FoMO	3.404	1.141	0.077	-0.070	0.009	0.160 ***	0.254 ***	1			
7 信息获取行为	3.082	1.363	-0.028	0.156 **	0.023	0.201 ***	0.063	0.186 ***	1		
8 正向情绪	3.068	0.857	-0.145 **	-0.071	0.084 *	-0.033	0.009	0.094	-0.060	1	
9 负向情绪	2.971	1.111	0.140 ***	-0.017	0.050	0.038	0.432 ***	0.101 *	0.102 *	-0.222 ***	1

其中，$^{*}p < 0.05$，$^{**}p < 0.01$，$^{***}p < 0.001$

相比男性而言，女性更容易产生负向情绪。年龄与关注度之间正相关（β = 0.233，P < 0.001），与信息获取行为之间正相关（β = 0.156，P < 0.01），与无聊倾向之间负相关（β = -0.210，P < 0.001），说明相比年轻者而言，年长者对疫情的关注度较高，信息获取行为也较高，但无聊倾向较低。而教育程度与错失焦虑、信息获取行为变量间均没有统计学意义上的显著相关性，说明公众的教育程度不显著影响其错失焦虑与信息获取行为。但教育程度与无聊倾向之间负相关（β = -0.092，P < 0.05），与正向情绪之间正相关（β = 0.084，P < 0.05），说明随着教育程度的提升，越不容易产生错失焦虑，但越易形成正向情绪。

关注度与信息获取行为（β = 0.201，P < 0.001）、错失焦虑（β = 0.160，P < 0.001）之间均呈现高度显著的正相关关系，说明公众对疫情的关注度越高，其信息获取行为、错失焦虑程度均越高，即假设 H1、假设 H4 均成立。无聊倾向与错失焦虑之间也呈现了高度显著的正相关关系（β = 0.254，P < 0.001），说明无聊倾向正向影响错失焦虑，即假设 H8 成立。而错失焦虑与信息获取行为（β = 0.186，P < 0.001）之间均呈现了显著的正相关关系，说明公众的错失焦虑程度越高，其信息获取行为越高，即假设 H5 成立。错失焦虑与正向情绪之间没有显著相关关系，而与负向情绪之间呈现显著的正相关关系（β = 0.101，P < 0.001），即假设 H6 不成立，假设 H7 成立。信息获取行为与正向情绪之间没有显著相关关系，而与负向情绪之间呈现了显著的正相关关系（β = 0.102，P < 0.05），说明假设 H2 不成立，反向拒绝假设 H3。

5 讨论

5.1 控制变量对各变量的影响

检验结果显示，性别、年龄、教育程度均与错失焦虑没有显著相关关系。A. K. Przybylski 等在英国开展的一项线上调查结果显示，接近 3/4 的年轻人曾有错失焦虑的体验，年轻人，尤其是年轻男性倾向于表现出较高水平的错失焦虑[12]。本研究主要针对特殊情形下，公众对重大突发公共卫生事件的错失焦虑不因性别、年龄、教育程度呈现显著差别。

年龄、教育程度与无聊倾向之间存在显著负相关关系，说明年龄越大，教育程度越高，越不会产生无聊倾向，也就不容易因疫情而处于“无所事事”的无聊状态中。但年龄与关注度、信息获取行为之间呈现了显著的正相关关系，说明年龄越大，其对疫情关注度越高，疫情信息获取行为也越高，表现出较丰富的信息量、较长的阅读时间以及较频繁的获取频次。教育程度较高者越容易产生平静乐观的正向情绪，而女性更容易产生负向情绪，其可能的原因是，女性在解读情绪信息能力、感知自身情绪以及社会性方面都比男性更有优势。相关实证也表明，女性在非常规突发事件下更容易感染负向情绪[55]。

5.2 关注度与错失焦虑、信息获取行为

检验结果显示，公众对疫情的关注度显著正向影响其错失焦虑、信息获取行为，且路径系数相对较高。访谈结果中，被访谈者 A（女，40 岁，家庭主妇）“极为关注，每天都看好几次确诊和疑似数据，尤其是对自己所处城市的数据，还每天刷小区业主群中的消息，要是没有及时看到最新数据，就会陷入‘觉得周围已有人感染而我不知情’的不安状态中”。这说明，对重大突发公共卫生事件关注程度的高低将直接影响信息获取行为，也直接导致其由于错失信息而引起焦虑。关注度越高，对事件相关信息的需求和渴望也越大，也更不愿意错失重要的数据和信息，即更容易产生错失焦虑，只有投入大量的时间和精力来不断获取各种信息，才能满足“错失焦虑”的心理需求。行为的意向取决于在

心理上所感知到的重要性，高关注度是用户信息获取行为的重要驱动力，导致在具体行为表现上的重复，譬如反复查看疫情信息、频繁登录媒体获取信息、持续沉浸于信息的阅读或观看中。

5.3 无聊倾向与错失焦虑、信息获取行为

无聊倾向与错失焦虑之间呈现显著正相关关系，这与 G. A. Wolniewicz 等[42]、J. D. Elhai 等[43]针对在线社交网络的研究结果一致。无聊倾向是一种心理感受和体验，无聊倾向可以在一定程度上预测错失焦虑。本研究的数据采集时间为 2 月 2－4 日，是疫情暴发流行阶段，虽然法定春节假期已过，但由于疫情管控，全国各地仍处于“假期延长、开学延迟、复工推后”的状态。此次数据采集中，仅 16.1% 的样本用户表示“因疫情需要而处于工作状态”，其余 83.9% 仍处于“假期居家”。此种状况也一定程度上加剧了无聊倾向程度。错失焦虑本身就是一种心理体验，对于无聊倾向较高的个体，更容易产生负向情绪。

无聊倾向与信息获取量、查看频次之间没有显著的相关关系，而与信息阅读时间之间呈现了显著的正相关关系。无聊倾向较高的个体会处于不知道该做什么的“无止尽”状态，例如，被访者 E(女,65 岁,退休)“不能出门，没有正事做，坐沙发上看新闻或电视，看电视剧时还能看到屏幕下面滚动的疫情新闻”。这说明，无聊倾向导致了主动或被动地将大量时间用于阅读或观看疫情信息，也就形成了无聊倾向正向影响阅读时间。

5.4 错失焦虑、信息获取行为与情绪

已有相关实证结果指出，错失焦虑与问题性手机使用(或社交网络过度使用)有正相关关系[18,36]。本研究检验结果中，错失焦虑与信息获取行为呈现显著正相关关系。因错失重要信息而产生的焦虑这一心理需求，只有通过反复、高频次获取大量相关信息才能契合。调研结果也显示，移动新媒体已经成为疫情信息的最主要获取渠道，信息获取行为的增加也可以通过手机(或社交网络)的过度使用这一特征来体现。因此，本文关于错失焦虑与信息获取行为之间的显著正相关检验结果与已有相关研究一致。其次，错失焦虑与负向情绪之间存在显著正相关关系，即错失焦虑较高者更容易产生担忧、无助、恐惧、悲伤、愤怒、恐慌等情绪，这一结果与 U. Oberst 等[36]对社交网络的研究结果一致，即错失焦虑与负向情绪相关。

关于信息获取行为与情绪之间的检验结果，与正向情绪之间无显著相关关系，相反，与负向情绪之间呈现了显著的正相关关系。被访谈者 B(男,39 岁,公司职员)表示，“一天看好多次确诊数据，在手机上看，在电视上也看，一天到晚不停地看”。被访谈者 C(女,32 岁,公司职员)也表示，“对于一些我关注的，我会从微博再看相关的评论和原发内容”。从访谈内容分析，疫情暴发时期公众会获取大量信息，信息阅读时间较长，获取频次较高。被访者 D(女,22 岁,大学生)表示“看了大量的病毒研究的信息，现在仍没有有效的药物可以应对它，人们对它还是不了解，我觉得很愤怒，看到感染者，尤其是医护人员牺牲的消息，我很难受，想哭，生命太脆弱了”。对于信息获取行为与负向情绪之间的关系，可以用“共情”(empathy)来解释。共情是基于对他人的处境或情绪状态的理解和领悟，产生与之相同或相似的情绪体验[56]。因此，当长时间或高频次查阅疫情信息时，会因对疫情中的人和事产生共情，激发悲伤、焦虑情绪，或者借助自己认知过程对疫情进行归因分析产生愤怒、恐慌等情绪。

6 结论

本研究通过对新型冠状病毒疫情暴发时期的公众信息获取行为及错失焦虑进行调查与探索分析，得出以下主要结论：①公众对重大突发公共卫生事件表现出了高度的关注，移动新媒体是信息获取主要渠道，接收推送分享与主动搜寻行为均衡，都是主要的信息获取方式，信息阅读观看的日均耗费时间较长，呈现高频次短时间隔获取特征，约 70% 的公众会因疫情信息而产生错失焦虑，占比较高。②在重大突发公共卫生事件情形下，疫情关注度显著正向影响错失焦虑、信息获取行为各变量水平，且路径系数相对较高。无聊倾向与错失焦虑之间呈现显著正相关关系。错失焦虑是信息获取的动机因素，二者呈现显著正相关关系。因错失重要信息而产生的焦虑这一心理需求，只有通过反复、高频次获取大量相关信息才能满足“错失焦虑”的需求。③错失焦虑与负向情绪之间存在显著正相关关系，错失焦虑较高的个体更容易感染负面情绪。信息获取行为与正向情绪之间无显著相关关系，但与负向情绪之间呈现显著正相关关系，疫情信息获取越高，越容易产生悲伤、愤怒、恐慌等负向情绪。

本文的研究结果明晰了重大公共突发卫生事件下公众信息获取行为及特征、错失焦虑及影响因素等，并分析了信息获取行为对情绪的影响。这些研究结果对重大公共突发卫生事件，尤其是对于暴发期的信息发布、心理疏导等应急管理具有实践指导价值。

参考文献：

[1] 傅昌波,刘冰,杜静元,等. 重大突发事件舆情演化规律的知识体系和创新空间[J]. 风险灾害危机研究,2017(3):117－132.

[2] 国家卫生健康委员会. 截至 2 月 2 日 24 时新型冠状病毒感染的肺炎疫情最新情况[EB/OL]. [2020－02－03]. http://www.nhc.gov.cn/xcs/yqtb/202002/24a796819bf747bd8b945384517e9a51.shtml.

[3] 国家卫生健康委员会. 截至 2 月 21 日 24 时新型冠状病毒肺炎疫情最新情况[EB/OL]. [2020－02－22]. http://www.nhc.gov.cn/xcs/yqtb/202002/543cc508978a48d2b9322bdc83daa6fd.shtml.

[4] 中华人民共和国商务部. 商务部召开应对疫情稳外资网上专题新闻发布会[EB/OL]. [2020－04－03]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-04/03/content_5498739.htm.

[5] World Health Organization. The latest data on the COVID-19 global outbreak[EB/OL]. [2020－06－02]. https://www.who.int/data.

[6] 张会平, 郭昕昊, 郭宁. 突发事件中网络谣言识别行为意向的影响因素研究[J]. 现代情报, 2017,37(7):60－65.

[7] CHEN R. Exploring the effect of perceived distance on sharing of crisis information in social media[C]// KIM Y, LIU M. Proceedings of the 17th international digital government research conference on digital government research. New York: Association for Computing Machinery,2016: 527－529.

[8] 阳长征. 危机事件中网络信息表征对用户持续分享意愿影响研究[J]. 图书情报工作,2019,63(21):105－116.

[9] 张岩,魏玖长,戚巍. 突发事件状态下公众信息获取的渠道偏好研究[J]. 情报科学,2012,30(4):574－578.

[10] SPENCE P R, WESTERMAN D, SKALSKI P D, et al. Gender and age effects on information-seeking after 9/11[J]. Communication research reports, 2006, 23(3): 217－223.

[11] 孙绍丹. 突发事件情境下公众持续使用微博获取信息的行为模式研究[D]. 长春:东北师范大学,2019.

[12] PRZYBYLSKI A K, MURAYAMA K, DEHAAN C R, et al. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out [J]. Computers in human behavior, 2013, 29(4):1841－1848.

[13] LAMBLIN M, MURAWSKI C, WHITTLE S, et al. Social connectedness, mental health and the adolescent brain[J]. Neuroscience & biobehavioral reviews, 2017, 80(9):57－68.

[14] DORIT A, MEYRAN B N. Using multidimensional scaling and PLS-SEM to assess the relationships between personality traits, problematic internet use, and fear of missing out[J]. Behaviour & information technology, 2018, 37(10/12):1264－1276.

[15] ABEL J P, BUFF C L, BURR S A. Social media and the fear of missing out: scale development and assessment[J]. Journal of business & economics research, 2016, 14(1): 33－44.

[16] BUGLASS S L, BINDER J F, BTEES L R, et al. Motivators of online vulnerability: the impact of social network site use and FoMO [J]. Computers in human behavior, 2017, 66(1): 248－255.

[17] BLACKWELL D, LEAMAN C, TRAMPOSCH R, et al. Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction[J]. Personality and individual differences, 2017, 116(10): 69－72.

[18] KUSS D J, GRIFFITHS M D. Social networking sites and addiction: ten lessons learned[J]. International journal of environmental research and public health, 2017, 14(3). doi: 10.3390/ijerph14030311.

[19] BEYENS I, FRISON E, EGGERMONT S. "I don't want to miss a thing": adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress [J]. Computers in human behavior, 2016, 64(11): 1－8.

[20] ALT D. Students' wellbeing, fear of missing out, and social media engagement for leisure in higher education learning environments [J]. Current psychology, 2018, 37(1): 128－138.

[21] ADAMS S K, WILLIFORD D N, VACCARO A, et al. The young and the restless: socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students[J]. International journal of adolescence and youth, 2017, 22(3): 337－348.

[22] 高秋凤. 负面情绪会增加社交媒体的使用:FOMO 的中介作用[C]//中国心理学会. 第二十一届全国心理学学术会议摘要集. 北京:中国心理学会,2018:492－493.

[23] 赵宇翔, 张轩慧, 宋小康. 移动社交媒体环境下用户错失焦虑症(FoMO)的研究回顾与展望[J]. 图书情报工作, 2017,61(8):133－144.

[24] MCCARTNEY M. Fear of missing out on conferences[J]. BMJ clinical research, 2017, 359:j4515.

[25] WU F, HUBERMAN B A. Novelty and collective attention[J]. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 2007, 104(45):17599－17601.

[26] FRESE M. Creating collective attention in the public domain: human interest narratives and the rescue of Floyd Collins[J]. Social forces, 2002, 81(1):57－85.

[27] 菲斯克,泰勒. 社会认知——人怎样认知自己和他人[M]. 张庆林,陈兴强,蒋虹,等译. 贵州:贵州人民出版社,1994:196－200.

[28] 商丽丽,王涛. 基于用户信息行为的微信健康信息关注度研究[J]. 情报科学,2019,37(8):132－138.

[29] 阳德青,肖仰华,汪卫. 基于统计模型的社会网络群体关注度的分析与预测[J]. 计算机研究与发展, 2010, 47(z1):378－384.

[30] 安璐,杜廷尧,李纲,等. 突发公共卫生事件利益相关者在社交媒体中的关注点及演化模式[J]. 情报学报,2018,37(4):394－405.

[31] KATZ E, BLUMLE J G, GUREVITCH M. Uses and gratifications research[J]. Public opinion quarterly, 1973, 37(4):509.

[32] AZAM A. The effect of Website interface features on e-commerce: an empirical investigation using the use and gratification theory [J]. International journal of business information systems, 2015,

19(2): 205－223.

[33] KU Y C, CHU T H, TSENG C H. Gratifications for using CMC technologies: a comparison among SNS, IM, and e-mail[J]. Computers in human behavior, 2013, 29(1): 226－234.

[34] WHITING A, WILLIAMS D L. Why people use social media: a uses and gratifications approach[J]. Qualitative market research, 2013, 16(4):362－369(8).

[35] 宋小康，赵宇翔，张轩慧. 移动社交媒体环境下用户错失焦虑症(FoMO)量表构建研究[J]. 图书情报工作, 2017,61(11): 96－105.

[36] OBERST U, WEGMANN E, STODT B, et al. Negative consequences from heavy social networking in adolescents: the mediating role of fear of missing out[J]. Journal of adolescence, 2017, 55(2): 51－60.

[37] WOLNIEWICZ C A, TIAMIYU M F, WEEKS J W, et al. Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation[J]. Psychiatry research, 2018, 262(4): 618－623.

[38] TOMCZYK Ł, SELMANAGIC-LIZDE E. Fear of missing out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina-scale and selected mechanisms[J]. Children and youth services review, 2018, 88(5): 541－549.

[39] SANSONE C, WEIR C, HARPSTER L, et al. Once a boring task always a boring task? interest as a self-regulatory mechanism[J]. Journal of personality and social psychology, 1992, 63(3): 379－390.

[40] ISACESU J, STRUK A A, DANCKERT J. Cognitive and affective predictors of boredom proneness[J]. Cognition and emotion, 2017, 31(8): 1741－1748.

[41] STRUK A A, CARRIERE J S A, CHEYNE J A, et al. A short boredom proneness scale: development and psychometric properties[J]. Assessment, 2017, 24(3): 346－359.

[42] WOLNIEWICA C A, ROZGONJUK D, ELHAI J D. Boredom proneness and fear of missing out mediate relations between depression and anxiety with problematic smartphone use[J]. Human behavior and emerging technologies, 2020, 2(1): 61－70.

[43] ELHAI J D, LEVINE J C, ALGHRAIBEH A M, et al. Fear of missing out: testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use[J]. Computers in human behavior, 2018, 89(8): 289－298.

[44] WEGMANN E, OSTENDORF S, BRAND M. Is it beneficial to use Internet-communication for escaping from boredom? boredom proneness interacts with cue-induced craving and avoidance expectancies in explaining symptoms of Internet-communication disorder[J]. PLOS ONE, 2018, 13(4). doi:10. 1371/journal. pone. 0195742.

[45] LEPP A, BARKLEY J E, LI J. Motivations and experiential outcomes associated with leisure time cell phone use: results from two independent studies[J]. Leisure sciences, 2017, 39(2): 144－162.

[46] 叶凤云，胡雅萍，沈思. 大学生移动社交媒体错失焦虑症的影响机理研究与实测量表开发[J]. 情报理论与实践, 2019(7): 93－99.

[47] RIORDAN B C, CODY L, FLETT J A M, et al. The development of a single item FoMO (fear of missing out) scale[J]. Current psychology, 2018(1):1－6.

[48] FARMER R, SUNDBERG N D. Boredom proneness——the development and correlates of a new scale[J]. Journal of personality assessment, 1986, 50(1): 4－17.

[49] DIAMANTOPOULOS A, SIGUAW J A. Formative versus reflective indicators in organizational measure development: a comparison and empirical illustration[J]. British journal of management,2006, 17(4):263－282.

[50] GEORGE D, MALLERY P. SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference[M]. 4th ed. Boston: Allyn & Bacon, 2003.

[51] HAIR J F, BLACK W C, BABIN B J, et al. Multivariate data analysis[M]. 7th Ed. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2009.

[52] DIAMANTOPOULOS A, RIEFLER P, ROTH K P. Advancing formative measurement models[J]. Journal of business research, 2008, 61(12):1203－1218.

[53] ROSSITER J R. The C-OAR-SE procedure for scale development in marketing[J]. International journal of research in marketing, 2002, 19(4):305－335.

[54] MACKENZIE S B, PODSAKOFF P M, JARVIS C B. The problem of measurement model misspecification in behavioral and organizational research and some recommended solutions[J]. Journal of applied psychology, 2005, 90(4):710－730.

[55] 黄玉晶. 非常规突发事件背景下恐惧情绪感染神经生理过程研究[D]. 杭州:浙江大学,2014.

[56] HALDER S, RAY A, CHAKRABARTY P K. Gender differences in information seeking behavior in three universities in West Bengal, India[J]. International information and library review, 2010, 42(4):242－251.

作者贡献说明：

耿瑞利:确定选题,设计问卷,分析结果,撰写论文;
徐建国:调研相关文献,发放问卷,分析数据;
金燕:参与研究设计、结果分析,修改论文;
王娜:参与研究设计、数据采集;
付立宏:参与问卷发放、数据采集。

Research on Individuals' Information Acquisition Behavior and Fear of Missing Out During a Major Public Health Emergency: Coronavirus Disease 2019

Geng Ruili[1,2] Xu Jianguo[1] Jin Yan[1,2] Wang Na[1,2] Fu Lihong[1,2]
[1] School of Information Management, Zhengzhou University, Zhengzhou 450001
[2] Institute of Data Science, Zhengzhou University, Zhengzhou 450001

Abstract: [**Purpose/significance**] Since the outbreak of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19), lots of information and public opinions have been rapidly spread. For the emergency management and scientific decision-making of major public health emergencies, it is of great value to accurately understand the individuals' information acquisition behavior and analyze the factors of fear of missing out (FoMO). [**Method/process**] Based on the use and satisfaction theory and cognitive psychology, a research model was proposed to examine the relationships among boredom proneness, FoMO, information acquisition behavior, and emotion constructs. Sample data (N = 957) was collected through an online survey, then partial least squares method was performed to test the research model, and interview was conducted for discussing the results. [**Result/conclusion**] During a major public health emergency, mobile new media is the main channel for information acquisition. Receiving message notifications and active searching are the main information acquisition behaviors. Individuals spend more time reading or watching information, with the characteristics of high frequency and short time interval acquisition. The results show that attention on COVID-19 has a positive influence on FoMO and information acquisition behavior, and there is a significant positive relationship between boredom proneness and FoMO. FoMO is the motivational factor of information acquisition, which has significant positive effect; individuals with higher FoMO are more likely to get negative emotions; information acquisition has a significant effect on negative emotions.

Keywords: major public health emergency information acquisition behavior fear of missing out COVID-19

《图书情报工作》杂志社发布出版伦理声明

为加强和增进学术论文写作、评审和编辑过程中的学术规范、科研诚信与学术道德建设,树立良好学风,弘扬科学精神,坚决抵制学术不端,建立和维护公平、公正、公开的学术交流生态环境,《图书情报工作》杂志社(包括《图书情报工作》《知识管理论坛》两个期刊编辑部)结合两刊实际,特制订出版伦理声明并于 2020 年 2 月正式发布。

该出版伦理声明承诺两刊将严格遵守并执行国家有关学术道德和编辑出版相关政策与法规,规范作者、同行评议专家、期刊编辑等在编辑出版全流程中的行为,并接受学术界和全社会的监督。共包括三大部分,总计十五条,分别为:一、作者的出版伦理(①学术论文是科学研究的重要组成部分;②学术不端是学术论文的毒瘤;③作者是学术论文的主要贡献者;④ 作者署名体现作者的知识产权与学术贡献;⑤学术论文要高度重视知识产权与信息安全;⑥参考文献的规范性引用是学术规范的重要表征;⑦要高度重视研究数据与管理的规范性;⑧建立纠错与学术自我净化机制)。二、同行评议专家的出版伦理(⑨同行评议是论文质量的重要控制机制;⑩评审专家应遵守论文评审的相关要求;⑪评审专家要严格遵循相关的伦理指南和行为准则)。三、编辑的出版伦理(⑫编辑应成为学术论文质量的守护者;⑬编辑应在学术道德建设中发挥监控作用;⑭编辑要成为遏制学术不端的最后屏障;⑮对学术不端实行“零容忍”)。

全文请见:http://www.lis.ac.cn/CN/column/column291.shtml

(本刊讯)